

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Ділові переговори у маркетингу
(назва навчальної дисципліни)

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
до проведення підсумкового контролю
з навчальної дисципліни
підготовки докторів філософії
зі спеціальності 075 Маркетинг
(шифр і назва спеціальності)

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО:

кафедрою економіки і маркетингу, протокол № 16 від 20.04.2016

1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Підсумковий контроль успішності навчання здобувачів з дисципліни «Ділові переговори у маркетингу» та рівня сформованості у них компетентностей, які підтримуються даною навчальною дисципліною проводиться у формі семестрового заліку відповідно до графіку навчального процесу спеціальності.

Семестровий залік – форма оцінки підсумкового засвоєння здобувачами теоретичного та практичного матеріалу з окремої навчальної дисципліни, що проводиться як контрольний захід.

Завданням заліку є перевірка розуміння здобувачем програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо. В умовах реалізації компетентнісного підходу залік оцінює рівень засвоєння здобувачем компетентностей, що передбачені кваліфікаційними вимогами.

Семестровий залік охоплює програму дисципліни і передбачає визначення рівня знань та ступеня опанування здобувачами компетентностей. Типовий приклад залікового білету наведено у розділі «Завдання для підсумкового контролю успішності навчання».

Кожен заліковий білет складається з 3 завдань, які передбачають вирішення типових професійних завдань фахівця на робочому місці та дозволяють діагностувати рівень теоретичної підготовки здобувача і рівень його компетентності з навчальної дисципліни.

Заліковий білет включає 2 стереотипних та 1 евристичне завдання, які оцінюються відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця.

Під час семестрового контролю у формі диференційованого заліку підсумкова кількість балів з навчальної дисципліни (максимум – 100 балів) визначається як сума (проста) балів за результати успішності здобувача при поточному контролі та заліку.

Здобувач отримує право на виконання завдань підсумкового контролю заліку, якщо кількість балів, одержаних за результатами перевірки успішності під час поточного контролю відповідно до змістового модуля впродовж семестру, в сумі досягла 35 балів.

2. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ

Навчальна дисципліна «Ділові переговори у маркетингу»

2.1. Перелік завдань для підсумкового контролю

1. Що таке ділова комунікація та які її форми?

2. Які відмінності мають ділові бесіди від переговорів?
3. В чому полягають відмінності 4 основних типів бесід?
4. В чому суть та зміст моделі для проведення продуктивних бесід?
5. Які підходи (стили) ділових переговорів використовуються?
6. Які основні пункти плану для підготовки до серйозних переговорів?
7. Які фактори суттєво впливають на усіх в переговорах?
8. Які стратегії використовуються на ділових переговорах?
9. В чому полягають завдання основних фаз ділової бесіди?
10. Які існують основні етапи переговорного процесу?
11. Назвіть десять найбільш типових помилок при завершенні переговорів.
12. Що таке кокус? Його мета та призначення.
13. Назвіть основні типи співрозмовників, охарактеризуйте їх.
14. У чому відмінність м'якого та жорсткого стратегічних підходів до ведення переговорів?
15. У чому виражаються переваги принципного (Гарвардського) підходу до ведення переговорів?
16. Назвіть чотири правила Гарвардського підходу.
17. Які основні засоби ефективного інформування партнера по переговорах?
18. Що являють собою основні засоби вербального спілкування?
19. Що являють собою основні засоби невербального спілкування?
20. Які правила ефективного спілкування по телефону?
21. Які правила ефективного (активного) слухання?
22. Як ефективно переконувати співрозмовників?
23. В чому полягають особливості ведення ділових переговорів з іноземцями?
24. В чому полягає візуальна психодіагностика співрозмовника?
25. Які є види аргументів та як правильно проводити аргументування?
26. Як правильно проводити контр аргументування?
27. Які види запитань використовуються в ході ділових переговорів?
28. Коли і як відповідати на запитання?
29. Які причини виникнення заперечень в ділових переговорах?
30. Як відрізнити заперечення від відмовок та переборювати їх?
31. Які існують основні риторичні методи побудови аргументації?
32. Які існують способи впливу на партнера?
33. Що таке провокація? Як правильно на неї реагувати?
34. Як ефективно провести завершальну фазу переговорів?
35. Які виверти можуть застосовувати співбесідники та як обходити?
36. Які причини призводять до ускладнень на переговорах та як їх долати?
37. Які основні правила етики спілкування?
38. Що треба робити після завершення переговорів?
39. Які основні питання треба вирішувати при організації переговорів?
40. Як треба ефективно проводити переговори по цінах?

3. СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ УСПІШНОСТІ НАВЧАННЯ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ

Результат семестрового *заліку* оцінюється в балах і проставляється у відповідній графі екзаменаційної "Відомості обліку успішності".

Мінімально можлива кількість балів, які здобувач може отримати за результатами проведення підсумкового контролю – 25.

Максимально можлива кількість балів, які здобувач може отримати за результатами проведення підсумкового контролю – 40.

Виконання кожного завдання підсумкового контролю успішності здобувача оцінюється відповідно до Тимчасового положення "Про порядок оцінювання результатів навчання студентів за накопичувальною бально-рейтинговою системою" ХНЕУ ім. С. Кузнеця (табл.).

Таблиця

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
82 – 89	B	добре	
74 – 81	C		
64 – 73	D		
60 – 63	E	задовільно	не зараховано
35 – 59	FX	незадовільно	
1 – 34	F		

Підсумкова оцінка за залік з навчальної дисципліни «Ділові переговори у маркетингу» розраховується за формулою:

$$S = Z1 + Z2 + Z3,$$

де S – підсумковий максимальний бал, який здобувач може отримати за успішне виконання усіх завдань підсумкового контролю (S=40);

Z1 – максимальна кількість балів, яку здобувач може отримати за виконання завдання 1 (евристичне завдання) підсумкового контролю (Z1=20);

Z2 – максимальна кількість балів, яку здобувач може отримати за виконання завдання 2 (стереотипне завдання) підсумкового контролю (Z2=10);

Z3 – максимальна кількість балів, яку здобувач може отримати за виконання завдання 3 (стереотипне завдання) підсумкового контролю (Z3=10).

Підсумкова оцінка з навчальної дисципліни розраховується з урахуванням балів, отриманих під час заліку, та балів, отриманих під час поточного контролю за накопичувальною системою.

Сумарний результат у балах за семестр складає: "60 і більше балів – зараховано", "59 і менше балів – не зараховано" та заноситься у залікову "Відомість обліку успішності" навчальної дисципліни.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

4.1. Основна

1. Введенская Л. А. Культура и искусство речи / Л. А. Введенская, Л. Г. Павлова. – Ростов-на-Дону. Издательство «Феникс». – 1999. – 576 с.
2. Ведення ділових бесід та переговорів. Навчально – методичний посібник для дистанційного навчання студентів спеціальності 8.050107 “Економіка підприємства” / Укл. В. М. Глух – Кіровоград : КНТУ, 2005. – 94 с.
3. Палеха Ю. І. Етика ділових відносин: Навч. посіб / Ю. І. Палеха – К.: Кондор, 2008. – 356 с.
4. Седова Л. Н. Национальные особенности ведения деловых переговоров курса «Этика делового общения». Тексты лекций / Л. Н. Седова. – Харьков: Изд. ХГЭУ, 2002. – 104 с.
5. Седова Л.Н. Технология делового общения курса «Этика делового общения». Текст лекции / Л. Н. Седова, С. А.Огиенко. – Харьков: Изд. ХГЭУ, 2001. – 80 с.
6. Фишер Р. Путь к согласию или переговоры без поражения / Р. Фишер, У. Юри. – М.: Наука, 1990. – 155 с.
7. Цюрупа М. В. Основи конфліктології та теорії переговорів: Навчальний посібник / М. В. Цюрупа. – К.: Кондор. – 2006. – 176 с.
8. Яромич С. А. Менеджмент переговоров: Стратегия и тактика Учебное пособие С. А Яромич, Н. Л. Кусик, П. А. Петриченко.– Одесса, 2001. – 140с.

4.2. Додаткова

1. Аминов И. И. Психология делового общения / Аминов И. И. – М.: Омега, 2006. – 304 с.
2. Баева О. А. Ораторское искусство и деловое общение: учебное пособие / О. А. Баева. – 5-е изд. – М.: Новое знание, 2005. – 256 с.
3. Берд П. Обуздай свой телефон / П. Берд. – Минск: Амалфея, 1997. – 211 с.
4. Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учеб. Пособ / Г. В. Бороздина. – М.: ИНФРА – М, 1998. – 244 с.
5. Грачев Ю. Н. Ведение переговоров с инофирмами / Ю. Н. Грачев. – М.: ЗАО «Бизнес –школа «Интел – Синтез», 2000. – 112 с.
6. Гурьянов Ю. Г. Этика предпринимательства: Учеб. пособ. – Кіровоград, ООО «Имэкс ЛТД», 2002. – 346 с.
7. Дерябо С., Ясвин В. Гроссмейстер общения: Иллюстрированный

самоучитель психологического мастерства / С. Дерябо, В. Ясвин. – М.: Академия; Смысл, 1996. – 192 с.

8. Діловий етикет. Етика ділового спілкування. – К.: Альтерпрес, 2003. – 368 с.

9. Дональдсон М. К., Дональдсон М. Умение вести переговоры для «чайников» / М. К. Дональдсон, М. Дональдсон. – К.: Диалектика, 1999. – 369 с.

10. Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей / М. С. Дороніна. – К.: Видавничий дім “КМ Academia”, 1997. 180 с.

11. Ежова Н.Н. Научись общаться: коммуникативные тренинги / Н. Н. Ежова. – Изд. 2-е. – Ростов-на-Дону:Феникс, 2006. – 285 с.

12. Завадський Й. С. Менеджмент / Й. С. Завадський. – К.: Українсько – фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1998. – 238с.

13. Зарецкая Е.Н. Деловое общение: Учебник: В 2 т. / Е .Н. Зарецкая. – 3-е изд. – М.: Дело, 2008.

14. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации / Е. Н. Зарецкая . – 4-е изд., доп. и испр. – М.: Дело, 2002.

15. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта/ Здравомыслов А.Г. – М., 1996. –356 с.

16. Карнеги Д. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как перестать беспокоиться и начать жить/Дейл Карнеги.-6-е изд.-Минск: Попурри, 2006. – 483 с.

17. Карнегі Д. Як здобувати друзів і впливати на людей / Д. Карнегі. – К.: Молодь, 1990. – 168 с.

18. Коваль А. П. Ділове спілкування: Навч. посібник / А. Коваль. – К.: Либідь, 1992. – 280с.

19. Ковальчук А.С. Основы имиджелогии и делового общения: учебное пособие для вузов / А. С. Ковальчук. – Изд. 4-е, доп. и перераб. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. – 293 с.

20. Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие / Ф. А. Кузин– М.: Ось-89, 2005. – 320 с.

21. Культура ділового спілкування: Навч. посібник / Укл. Л. Г. Зубенко, В. Д. Немцов. – К.: ЕксОБ, 2002. – 200 с.

22. Курбатов В. И. Как успешно провести переговоры (пособие для деловых людей) / В. И. Курбатов. –Ростов-на-Дону, 1997. – 416 с.

23. Лозниця В. С. Психологія менеджменту: Теорія і практика: Навч. посібник / В. С. Лозниця. – К.: ТОВ “УВПК “ЕксОб”, 2001. – 512 с.

24. Мальханова И. А. Деловое общение: Учебное пособие / И. А. Мальханова– М.: Академический проект, 2005. –224 с.

25. Потеряхин А. Л. Психология управления: Основы межличностного общения / А. Л. Потеряхин. – К.: ВИРА – Р, 1999. – 384 с.

26. Пиз А. Язык жестов / А. Пиз. – Минск: Парадокс, 1998. – 413 с.

27. Саркисян Б. Победа на переговорах/ Б. Сарисян. – СПб.: Питер, 1998. – 274 с.

28. Сергеечева В. Азы общения: Стратегия и тактика \ В. Сергеечева.

– СПб.: Питер, 2002. – 222 с.

29. Томпсон П. Самоучитель общения / П. Томпсон. – СПб.: Питер, 2002. – 247 с.

30. Холопова Т. П. Протокол и этикет для деловых людей / Т. П. Холопова, М. М. Лебедева. – М., 1994. – 216 с.

31. Шейнов, В.П. Практические приемы менеджмента: Учебное пособие / В. П. Шейнов. – Минск: Амалфея, 2003. – 183 с.

32. Шеламова, Г.М. Деловая культура и психология общения: учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. М. Шеламова. – 4-е изд., – М.: Академия, 2005. – 293 с.

33. Шеламова, Г.М. Этикет делового общения: учебное пособие / Г. М. Шеламова. – М.: Академия, 2005. – 184 с.